

Online Betting & Gambling 2010

Marktpotenziale für Online-Glücksspiele
in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Recht & Regulierung - Marktumfeld - Nutzer - Medienanbieter - Case Studies - Prognosen



Online Betting & Gambling 2010

Marktpotenziale für Online-Glücksspiele in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Berlin, April 2006

Herausgeber:
Dr. Klaus Goldhammer
© Goldmedia GmbH Media Consulting & Research
Oranienburger Str. 27 • 10117 Berlin
Telefon 030 / 246 266 0 • Fax 030 / 246 266 66
www.Goldmedia.com

Autoren:
Michael Schmid
Christian Veer

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Jede Art der Vervielfältigung, inklusive des Erstellens von Fotokopien, ist ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers untersagt und wird rechtlich verfolgt.

Alle Inhalte des Dokuments wurden nach bestem Wissen recherchiert und erstellt. Für Irrtümer und Druckfehler kann der Herausgeber jedoch keine Verantwortung übernehmen.

Der Herausgeber übernimmt keinerlei Verantwortung oder Haftung für Handlungen, Aktivitäten oder Unter-

lassungen, die auf Grundlage der Inhalte und Empfehlungen dieser Studie erfolgen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Redaktionsschluss: 31.3. 2006

Inhaltsverzeichnis

1	Zielsetzung und Methodik	2
1.1	Problemstellung und Zielsetzung	2
1.2	Methodik.....	3
1.3	Begriffe und Marktabgrenzung	3
1.4	Key Performance Indicator (KPI).....	5
2	Rechtliche Rahmenbedingungen	6
2.1	Deutschland.....	6
2.1.1	Glücksspielbegriff	6
2.1.2	Handlungsspielraum privater und staatlicher Anbieter.....	7
2.1.3	Handlungsspielraum beim Online-Glücksspiel	8
2.2	Österreich	8
2.2.1	Glücksspielbegriff	8
2.2.2	Handlungsspielraum privater und staatlicher Anbieter.....	9
2.2.3	Handlungsspielraum beim Online-Glücksspiel	9
2.3	Schweiz	9
2.3.1	Glücksspielbegriff	10
2.3.2	Handlungsspielraum privater und staatlicher Anbieter.....	10
2.3.3	Handlungsspielraum beim Online-Glücksspiel	11
2.4	Europa.....	11
2.4.1	Gambelli-Urteil	12
2.4.2	Auswirkungen des EU-Rechts auf Rahmenbedingungen in DACH	13
2.5	Zusammenfassung: Rechtliche Rahmenbedingungen.....	14
3	Ökonomische Rahmenbedingungen	16
3.1	Glücksspiel und Wirtschaft in DACH	16
3.2	Online- und Breitbandentwicklung in DACH.....	18
3.3	E-Commerce und Breitbandwachstum	20
3.4	Zusammenfassung: Ökonomische Rahmenbedingungen.....	21
4	Nutzerperspektive: Soziodemografie von Online- und Offline-Glücksspielern	24
4.1	Anzahl der Online-Gambler.....	24
4.2	Segmentierung der Online-Gambler	27
4.3	Zusammenfassung: Nutzerperspektive	29
5	Marktanalyse	30
5.1	Internationale Markttrends.....	30
5.2	Systematik deutschsprachiger Gambling Sites.....	36
5.3	Marktanalyse Deutschland	38
5.3.1	Entwicklung und Segmentierung des Glücksspielmarktes	38
5.3.2	Segmentierung des Online-Gambling Marktes	43

5.4	Marktanalyse Österreich	48
5.4.1	Entwicklung und Segmentierung des Glücksspielmarktes	48
5.4.2	Segmentierung des Online-Gambling Marktes	51
5.5	Marktanalyse Schweiz	56
5.5.1	Entwicklung und Segmentierung des Glücksspielmarktes	56
5.5.2	Segmentierung des Online-Gambling Marktes	59
5.6	Online-Gambling-Unternehmen in DACH	63
5.6.1	Übersicht der profilierten Online-Gambling-Unternehmen.....	63
5.6.2	Unternehmensprofil Betandwin	66
5.6.3	Unternehmensprofil Tipp24.....	70
5.6.4	Unternehmensprofil Interwetten.....	73
5.6.5	Unternehmensprofil Admiral Sportwetten.....	75
5.6.6	Unternehmensprofil Fluxx.....	78
5.6.7	Unternehmensprofil Sportwetten.de.....	81
5.6.8	Kurzprofil Spielbank Wiesbaden.....	83
5.7	Zusammenfassung: Markt für Online-Gambling in DACH	85
6	Online-Gambling und Medien	88
6.1	Geschäftsmodelle für Medienanbieter.....	89
6.2	Case Study Premiere	90
6.2.1	Unternehmensüberblick.....	90
6.2.2	Aktivitäten im Online-Gambling-Markt	91
6.3	Case Study RTL.....	92
6.3.1	Überblick RTL Group.....	92
6.3.2	Aktivitäten im Online-Gambling-Markt	93
6.4	Case Study EM.TV AG/DSF	94
6.4.1	Überblick EM.TV AG/DSF	94
6.4.2	Aktivitäten im Online-Gambling-Markt	95
6.5	Sonstige Online-Gambling-Aktivitäten von Medien.....	96
6.6	Benchmark: Erfahrungen bei BskyB/Skybet.....	96
6.7	Marktentwicklung iTV.....	98
6.8	Zusammenfassung: Online-Gambling & Medien.....	99
7	Marktprognose DACH: Online-Gambling	100
7.1	Entwicklung des Prognosemodells.....	100
7.2	Zentrale Annahmen und Auswirkungen des BVerfG-Urteils 2006 in Deutschland	102
7.3	Marktprognose Region DACH.....	104
7.4	Marktprognose Deutschland	106
7.5	Marktprognose Österreich.....	108
7.6	Marktprognose Schweiz.....	109
7.7	Zusammenfassung: Marktprognose.....	111
8	Thesen zum Online-Gambling in DACH	114
	Quellenverzeichnis	118

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Varianten von Online-Gambling.....	4
Abb. 2:	Bruttoinlandsprodukt (BIP) und Einwohner in DACH nach Ländern 2004.....	17
Abb. 3:	Glücksspielmarkt absolut und Pro-Kopf in Relation zum BIP in DACH-Ländern 2004.....	17
Abb. 4:	Entwicklung der Online-Haushalte und -Penetration in DACH 2000-2004.....	18
Abb. 5:	Entwicklung der Breitband-Haushalte und -Penetration DACH 2000-2004.....	18
Abb. 6:	Breitbandanschlüsse in Deutschland 2001-2010.....	19
Abb. 7:	Infrastrukturwettbewerb vs. Breitbandpenetration im int. Vergleich.....	19
Abb. 8:	Entwicklung der E-Commerce-Umsätze in Deutschland 1999-2005.....	20
Abb. 9:	Zusammenhang zwischen Breitbandanschlüssen und E-Commerce-Umsatz 1999-2005 in Deutschland.....	21
Abb. 10:	Online-Registrierungen staatlicher Glücksspielunternehmen 2005.....	25
Abb. 11:	Entwicklung der regelmäßigen Teilnehmer an Online-Gewinnspielen in Deutschland 2003-2005.....	25
Abb. 12:	Teilnehmer an Online-Gewinnspielen in Deutschland 2005.....	26
Abb. 13:	Spielteilnahme bei Online-Gamblern in den Niederlanden.....	26
Abb. 14:	Entwicklung Online-Gambler in den Niederlanden 2002-2004.....	26
Abb. 15:	Segmentierung der Online-Gambler in DACH 2004/2005.....	27
Abb. 16:	Segmentierung der Online-Gewinnspieler in Deutschland nach Altersgruppen 2005.....	27
Abb. 17:	Segmentierung der Online-Gewinnspieler nach Nutzergruppen 2005.....	28
Abb. 18:	Segmentierung von Online- und Offline-Glücksspielern nach soziodemografischen Kriterien am Beispiel der Niederlande 2004.....	28
Abb. 19:	ARPU der Online-Gambler am Beispiel Niederlande 2002-2004.....	29
Abb. 20:	Segmentierung des weltweiten Glücksspielmarktes 2004.....	30
Abb. 21:	Top sechs Lottomärkte Europas nach Umsatz 2004.....	31
Abb. 22:	Extern prognostiziertes Wachstum für Online-Gambling nach Segmenten weltweit.....	31
Abb. 23:	Bruttospielertrag Online-Gambling 2001-2010 weltweit (extern).....	32
Abb. 24:	Glücksspiel in neuen Medien nach Absatzkanälen 2004.....	32
Abb. 25:	Online-Gambling Bruttospielerträge nach Spielarten 2000 vs. 2005.....	33
Abb. 26:	Verteilung der Online-Gambling Umsätze und Nutzer weltweit nach Nationen 2004.....	33
Abb. 27:	Jährlicher Wettverlust nach Ländern 2004.....	34
Abb. 28:	Nutzungsdaten von Gambling Sites im internationalen Vergleich.....	34
Abb. 29:	Gemessene Internetverbindungsgeschwindigkeit zu Websites der Gambling/Sweepstakes Kategorie 2005.....	35
Abb. 30:	Durchschnittliche Nutzungsdauer auf Online-Gambling-Sites nach Ländern und Verbindungsgeschwindigkeit.....	36
Abb. 31:	Segmentierung der deutschsprachigen Online-Gambling-Sites.....	36
Abb. 32:	Online-Gambling-Sites nach Spielarten, deutschsprachig und weltweit.....	37
Abb. 33:	Lizenzierung von deutschsprachigen Online-Gambling Sites.....	38
Abb. 34:	Entwicklung der öffentlichen Einnahmen aus Glücksspielen in Deutschland 1970-2004.....	39
Abb. 35:	Glücksspielmarkt Deutschland 2000-2004.....	39
Abb. 36:	Ausschüttungs- und Gewinnanteile in Deutschland 2004.....	40
Abb. 37:	Anteil der Spielarten im Casinospiele 1970-2003.....	40
Abb. 38:	Segmentierung des deutschen Glücksspielmarktes 2003 nach Umsatz und Bruttospielertrag.....	41
Abb. 39:	Pro-Kopf Einsätze Lotto in Deutschland 2004.....	41
Abb. 40:	Spieleinsätze 2004 in Deutschland nach Spielarten.....	42
Abb. 41:	Glücksspielmärkte Deutschland und Europa nach Segmenten 2004.....	42
Abb. 42:	Segmentierung des Wettmarktes in Deutschland 2004/2005.....	43

Abb. 43:	Segmentierung des Online-Gambling-Marktes in Deutschland nach Spieleinsatz, Rohertrag und Anteil staatlicher Anbieter 2005	44
Abb. 44:	Marktanteile im Online-Lotto in Deutschland 2002-2004	44
Abb. 45:	Lottoumsätze und Aufteilung nach Vertriebswegen in Deutschland 2004 vs. 2009	45
Abb. 46:	Segmentierung des Online-Kunden-Wachstums bei Lotto 2005	45
Abb. 47:	Ranking von Gambling-Sites in Deutschland 2004 und 2005	46
Abb. 48:	Segmentierung der Online-Lottoumsätze in Deutschland 2005	46
Abb. 49:	Umsätze wichtiger Online-Gambling-Unternehmen in Deutschland 2005	47
Abb. 50:	Entwicklung des österreichischen Glücksspielmarktes 1995-2004	48
Abb. 51:	Segmentierung des österreichischen Glücksspielmarktes 2004	48
Abb. 52:	Internationale Gäste in österreichischen Casinos und Hotels 2004	49
Abb. 53:	Anteil ausländischer und inländischer Gäste an Umsatz und Besucher österreichischer Casinos 2004	49
Abb. 54:	Glücksspiel- und Wettmarkt Österreich nach Spielen 2004	50
Abb. 55:	Glücksspiel- und Wettmarkt in Österreich 2004 nach Vertriebsweg	50
Abb. 56:	Online-Gambling in Österreich 2004 nach Anbieterarten	51
Abb. 57:	Online-Gambling-Spieleinsätze in Österreich 2004 nach Spielarten	51
Abb. 58:	Online-Glücksspiel und Wetten in Österreich nach Spielarten, Umsatz, Rohertrag und Anteil staatlicher Anbieter 2005	52
Abb. 59:	Wettmarkt in Österreich nach Vertriebswegen 2000-2004	53
Abb. 60:	Wettmarkt in Österreich nach Vertriebswegen in 2004	53
Abb. 61:	Umsatz- und Kundenentwicklung des staatlichen Online-Gamblings in Österreich 2000-2004	54
Abb. 62:	Umsatzaufschlüsselung des staatlichen Online-Gambling Angebotes in Österreich nach Spielen 2004	54
Abb. 63:	Glücksspieleinsätze in der Schweiz 1980-2004	56
Abb. 64:	Glücksspielmarkt Schweiz nach Spielarten 2004	56
Abb. 65:	Pro-Kopf Casinoumsätze in DACH-Ländern 2004	57
Abb. 66:	Bruttospielertrag vs. Ausschüttung in der Schweiz bei Casino und Lotto	57
Abb. 67:	Glücksspielmarkt Schweiz 2004 nach Spielen	58
Abb. 68:	Teilnehmer von Glücksspielen in der Schweiz im Inland	58
Abb. 69:	Umsatzentwicklung staatlicher Online-Gambling-Anbieter in der Schweiz 2002-2004	59
Abb. 70:	Im Ausland und online spielende schweizerische Glücksspieler	60
Abb. 71:	Entwicklung der Online-Gambling-Umsätze in der Schweiz 2002-2005	60
Abb. 72:	Online-Gambling in der Schweiz nach nationalen und internationalen Playern 2004	61
Abb. 73:	Online-Gambling-Markt in der Schweiz nach Spielarten/Spieleinsatz 2004	61
Abb. 74:	Online-Gambling in der Schweiz 2005 nach Spielarten, Umsatz, Rohertrag und staatlichen Anbietern	62
Abb. 75:	Positionierungsmatrix ausgewählter Online-Gambling-Unternehmen nach Umsatz, Wachstum und Kunden 2004	64
Abb. 76:	ARPUs ausgewählter Unternehmen im Vergleich 2004	65
Abb. 77:	Betandwin: Unternehmensstruktur	67
Abb. 78:	Betandwin: Umsatz- und Ergebnisentwicklung 2000-2005	68
Abb. 79:	Betandwin: Umsatz nach Regionen 2004/2005	68
Abb. 80:	Betandwin: Umsatzsegmentierung nach Spiel- und Wettarten 2004	69
Abb. 81:	Tipp24: Unternehmensstruktur	70
Abb. 82:	Tipp24: Umsatz- und Ergebnisentwicklung 2000-2005	71
Abb. 83:	Tipp24: Bruttoumsatzsegmentierung nach Ländern	72
Abb. 84:	Interwetten: Unternehmensstruktur	73
Abb. 85:	Interwetten: Wett- und Spielangebot	74
Abb. 86:	Interwetten: Umsatzentwicklung 2000-2004	74
Abb. 87:	Interwetten: Wettumsatz nach Sportarten 2004	75
Abb. 88:	Admiral Sportwetten: Unternehmensstruktur	76
Abb. 89:	Admiral Sportwetten: Geschäftsentwicklung on/offline 2000-2005	77
Abb. 90:	Admiral Sportwetten: Umsatz nach Wettarten 2004	77

Abb. 91:	Fluxx: Unternehmensstruktur	78
Abb. 92:	Fluxx: Umsatz- und EBIT-Entwicklung 2001-2005	80
Abb. 93:	Fluxx: Umsatzsegmentierung 2005	80
Abb. 94:	Sportwetten.de: Unternehmensstruktur	81
Abb. 95:	Sportwetten.de: Umsatzentwicklung 2001-2005e	82
Abb. 96:	Sportwetten.de: Umsatzsegmentierung 2005	83
Abb. 97:	Spielbank-Wiesbaden: Aufbau des Online-Angebotes	84
Abb. 98:	Online-Gambling in DACH 2005: Segmentierung nach Ländern, Spielarten und Pro-Kopf-Umsätzen (Spieleinsatz)	85
Abb. 99:	Online-Gambling in DACH 2005: Segmentierung nach Ländern, Spielarten und Pro-Kopf-Umsätzen (Rohertrag)	86
Abb. 100:	Anteil staatlicher Anbieter bei Spieleinsätzen in DACH 2005	87
Abb. 101:	Exemplarische Umsatzanteile nach Geschäftsmodellen	89
Abb. 102:	Gambling-Ziel-Umsatz 2008 der Premiere AG nach Geschäftsfeldern	91
Abb. 103:	Joint Venture RTL interactive und Starbet Gaming Entertainment AG	93
Abb. 104:	DSF-Programminhalte nach Sportarten 2004	95
Abb. 105:	Umsatzentwicklung Skybet 2002-2005	97
Abb. 106:	Entwicklung des APRUs und der Rohertragsmarge bei Skybet 2002-2005	97
Abb. 107:	iTV-Gambling UK vs. DA	98
Abb. 108:	Potenzielle Entwicklung der iTV-Umsätze und Bruttospielerträge in Deutschland und Österreich	98
Abb. 109:	Prognosemethodik	100
Abb. 110:	Prognose: Online-Gambling in DACH nach Spieleinsatz und Cases 2004 bis 2010	105
Abb. 111:	Prognose: Online-Gambling in DACH nach Spieleinsatz, Spielarten und Cases 2010	105
Abb. 112:	Prognose: Online-Gambling in DACH nach Spieleinsatz, Ländern und Spielarten 2005-2010 im Real Case	106
Abb. 113:	Prognose: Online-Gambling in Deutschland nach Spieleinsätzen, Cases und Spielarten 2004 bis 2010	107
Abb. 114:	Prognose: Online-Gambling in Deutschland nach Spieleinsatz, Rohertrag und Spielarten im Real Case 2005-2010	107
Abb. 115:	Prognose: Online-Gambling in Österreich nach Spieleinsätzen, Spielarten und Cases 2004-2010	108
Abb. 116:	Prognose: Online-Gambling in Österreich nach Spieleinsatz, Rohertrag und Spielarten im Real Case 2005-2010	109
Abb. 117:	Prognose: Online-Gambling in der Schweiz nach Spieleinsätzen, Spielarten und Cases 2004-2010	110
Abb. 118:	Prognose: Online-Gambling in der Schweiz nach Spieleinsatz, Rohertrag und Spielarten im Real Case 2005-2010	111

Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Zulässigkeit privater Casinobetreiber in Deutschland nach Bundesländern	7
Tab. 2:	Zulässigkeit von Online-Casinospielen nach Bundesländern	8
Tab. 3:	Regulierung der Wetten innerhalb der EU	12
Tab. 4:	Vermutete Auswirkungen des EU-Rechts auf DACH	13
Tab. 5:	Online-Gambling Unternehmen im Vergleich 2004	65
Tab. 6:	Betandwin: Unternehmenskennzahlen	66
Tab. 7:	Betandwin: Betting & Gambling Angebot	67
Tab. 8:	Tipp24: Unternehmenskennzahlen	70
Tab. 9:	Tipp24: Spielangebot	71
Tab. 10:	Interwetten: Unternehmenskennzahlen	73
Tab. 11:	Admiral Sportwetten: Unternehmenskennzahlen	76
Tab. 12:	Admiral Sportwetten: Spielangebot	76
Tab. 13:	Fluxx: Unternehmenskennzahlen	78
Tab. 14:	Fluxx: Spielangebot	79
Tab. 15:	Sportwetten.de: Unternehmenskennzahlen	81
Tab. 16:	Sportwetten.de: Spielangebot	82
Tab. 17:	Vergangenheitsbezogene Prognoseverfahren	101
Tab. 18:	Zukunftsorientierte Prognoseverfahren	102

Abkürzungsverzeichnis

ABGB	Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch
ARPU	Average Revenue per User
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
CAGR	Compound Annual Growth Rate
DACH	Deutschland/Österreich/Schweiz
DeSIA	Deutsche Spielbanken Interessen- und Arbeitsgemeinschaft
DFL	Deutsche Fußball-Liga
DLTB	Deutscher Lotto- und Totoblock
EL	European Lotteries (Europäischer Lotterieverband)
ESBK	Eidgenössische Spielbankenkommission
EuGH	Europäischer Gerichtshof
GSpG	Glücksspielgesetz
HDE	Hauptverband des deutschen Einzelhandels
IPTV	Internet Protocol TV
ITV	interactive TV
KPI	Key Performance Indicator
LG	Lotteriegesezt
LottStV	Lotteriestaatsvertrag
RennwLottG:	Rennwett- und Lotteriegesezt
SBG	Spielbankengesetz
StGB	Strafgesetzbuch
TV	Television
WAP	Wireless Application Protocol